



SWG

RADAR

*valori, comportamenti, gusti,
consumi e scelte politiche*

22 – 28 aprile 2024

- ✓ **INDICI PERCETTIVI:** segnali di cauto ottimismo in un contesto complesso
- ✓ **DONNE E LAVORO:** trasparenza salariale e flessibilità d'orario le priorità per ridurre il gender gap
- ✓ **VITA CONDOMINIALE:** italiani buoni vicini di casa. Il bilancio tra vantaggi e svantaggi della condominialità è positivo

PANNELLO SWG: IL TREND EMOTIVO DAL 2022

1.

GLI INDICI PERCETTIVI

A cadenza quadrimestrale viene presentata l'analisi dell'andamento dei 4 indici di SWG che permettono di osservare i mutamenti in atto nella società italiana; cambiamenti che forniscono indicazioni rilevanti sulle reazioni dell'opinione pubblica a questo periodo denso di avvenimenti:

- **L'INDICE DI FRAGILITÀ ECONOMICA DELLE FAMIGLIE**
- **L'INDICE DI MARGINALITÀ SOCIALE**
- **L'INDICE DI CONFIDENZA NEL FUTURO**
- **L'INDICE DI DISAFFEZIONE POLITICO-ISTITUZIONALE.**

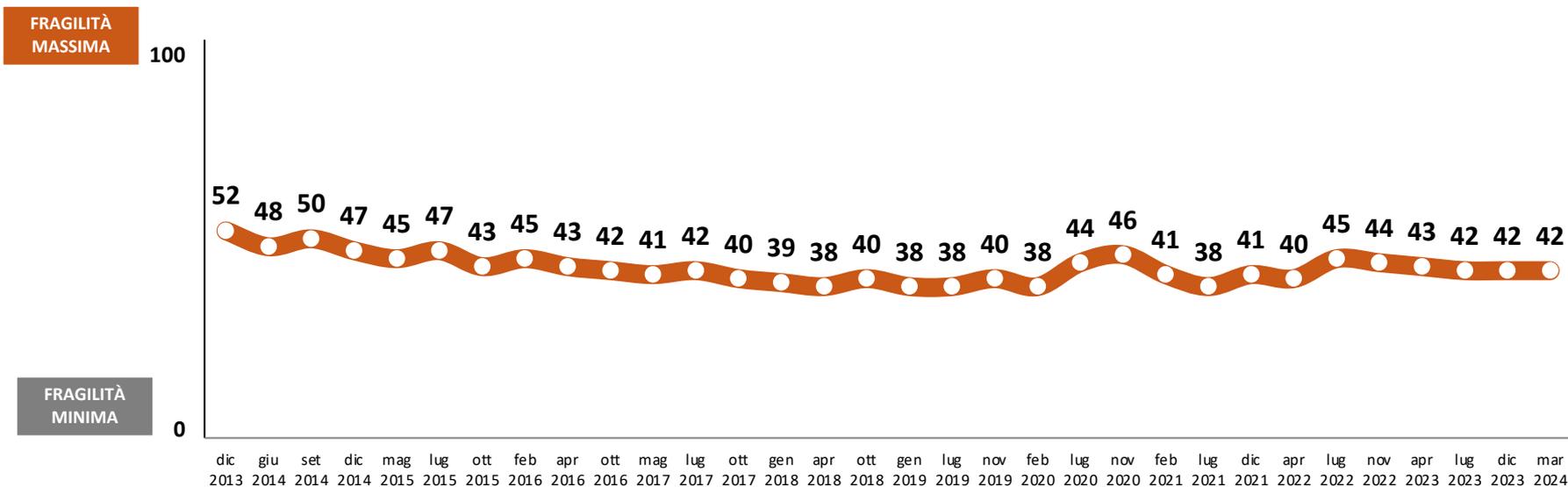
Questi strumenti analitici sono stati definiti attraverso l'esperienza dello studio dell'opinione pubblica e sono in grado di restituire, ogni quadrimestre, la componente percettiva e di volta in volta adattativa e reattiva dei cittadini. Analizzando gli indici, di natura e capacità conoscitiva differente, si capta lo stato d'animo del Paese e si completa quel quadro complessivo indispensabile per la comprensione del presente anche attraverso gli aspetti sommersi e gli atteggiamenti latenti.



Indice di Fragilità Economica: la situazione si stabilizza con il consolidamento dall'area critica

L'indice segnala il livello di difficoltà che i nuclei famigliari ritengono di vivere.

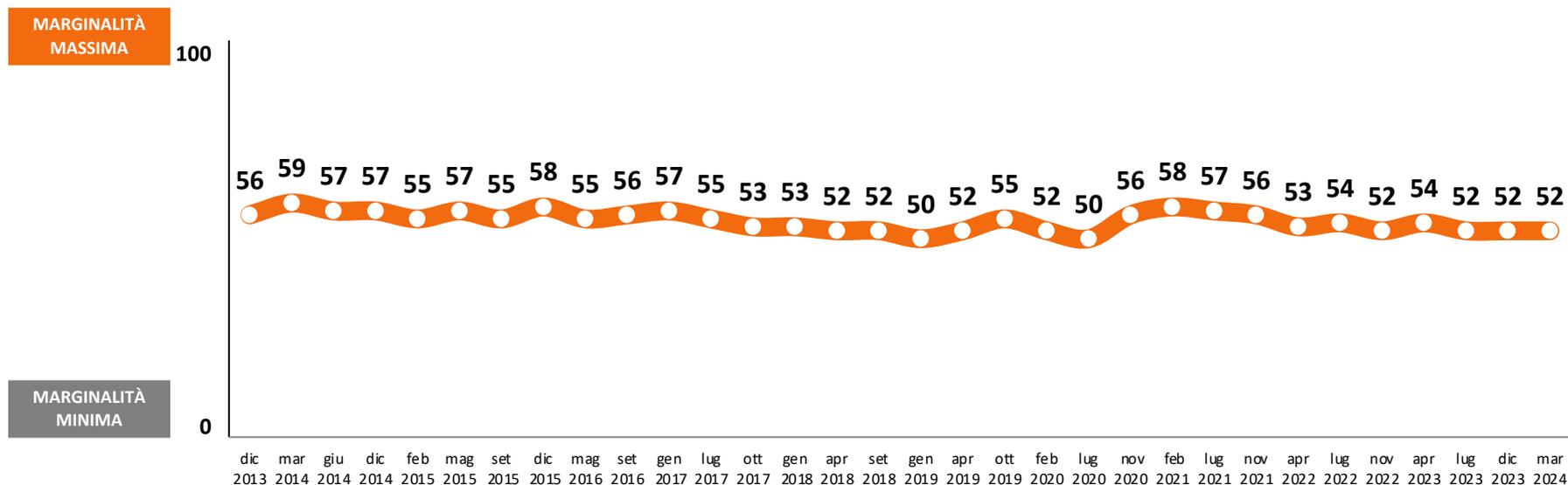
La fase acuta della preoccupazione sulla propria condizione economica – che produceva inquietudine e incertezza - si allontana nella percezione dell'opinione pubblica. Si torna a una realtà stabile che conferma, però, le posizioni in cui una larga parte della popolazione segnala un disagio.



Indice di Marginalità Sociale: si conferma l'ampiezza della difficoltà a sentirsi inseriti nell'attuale organizzazione sociale

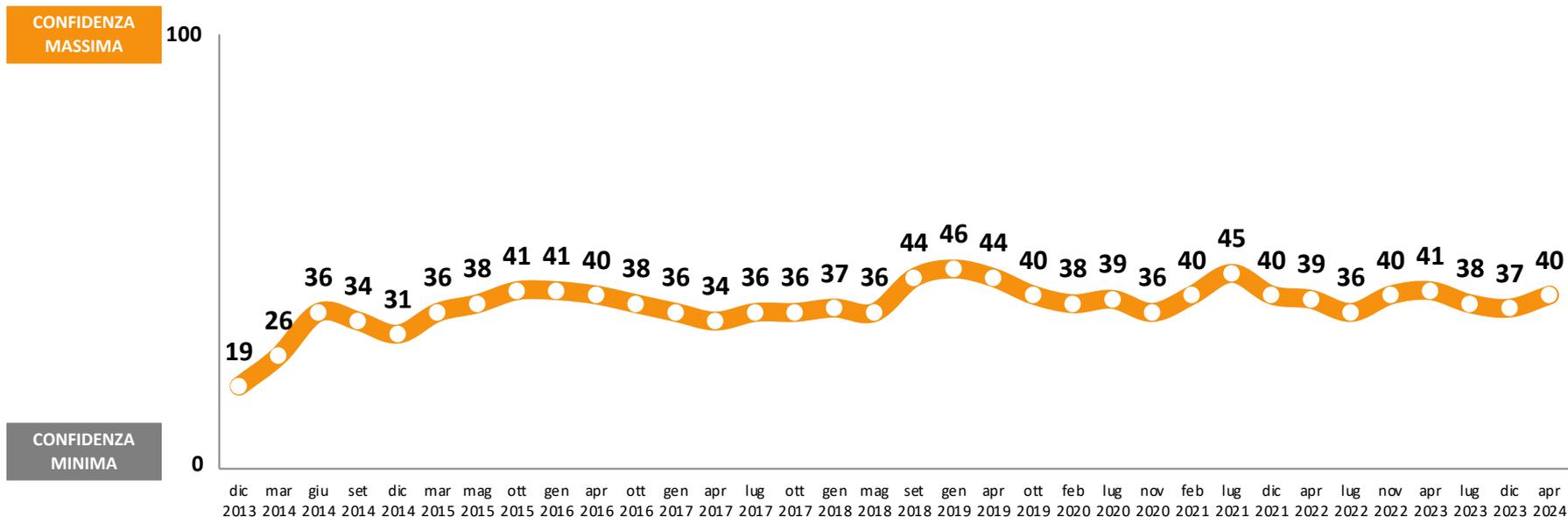
L'Indice di Marginalità Sociale segnala la condizione dei cittadini dall'angolo visuale dell'essere parte attiva della società.

Anche questo indice trasmette la riduzione dell'incertezza. Si consolida, d'altra parte, la percezione di oltre metà degli italiani di non essere in grado di rapportarsi positivamente con la società in cui vivono.



Indice di Confidenza nel Futuro: uno squarcio di speranza

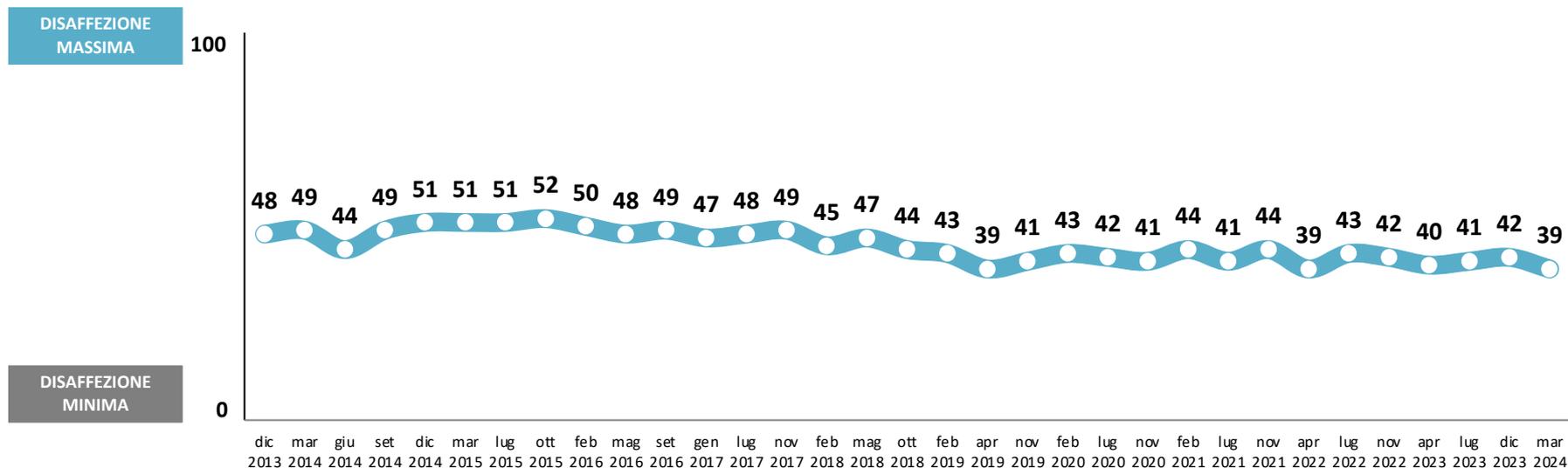
Le attese verso il futuro sono un ottimo indicatore del livello di impegno e di fiducia che attraversa una popolazione. Si coglie ancora un segnale di riduzione dell'inquietudine – nonostante le tensioni politiche e la situazione internazionale – e una parte dell'opinione riprende a puntare sulle prospettive proprie e del Paese.



Indice di Disaffezione Politico-Istituzionale: si riduce la valutazione critica

Questo indice analizza gli agenti del distacco, della sfiducia e i moventi che generano i cambiamenti del rapporto tra l'opinione pubblica, le istituzioni e la politica.

In questo articolato rapporto si riapre la possibilità di un affidamento. La riduzione della disaffezione si verifica, in linea con le segnalazioni degli altri indici, a causa di una situazione generale percepita come meno ansiogena e che rende meno critico l'atteggiamento verso la politica.



2.

DONNE E LAVORO

Avvicinandoci al 1 Maggio, SWG insieme a Donna Moderna ha approfondito come le donne vivono il mondo del lavoro e come conciliano la vita privata con quella professionale. Il punto di partenza è stato comprendere quali sono gli aspetti che le donne ricercano maggiormente nell'occupazione. Prioritari la sicurezza economica, la conciliazione vita-lavoro e la stabilità del contratto. Per facilitare il *work-life balance* è importante anche trovare un lavoro che sia vicino a casa, un tema rilevante per 1 donna su 4 ma che ha un peso minore per gli uomini. L'equilibrio vita-lavoro è infatti un tasto dolente per molte donne lavoratrici (ma anche per una percentuale rilevante di uomini): quasi la metà infatti dichiara di non riuscire a dedicare alla vita privata il tempo che vorrebbe a causa dell'attività lavorativa.

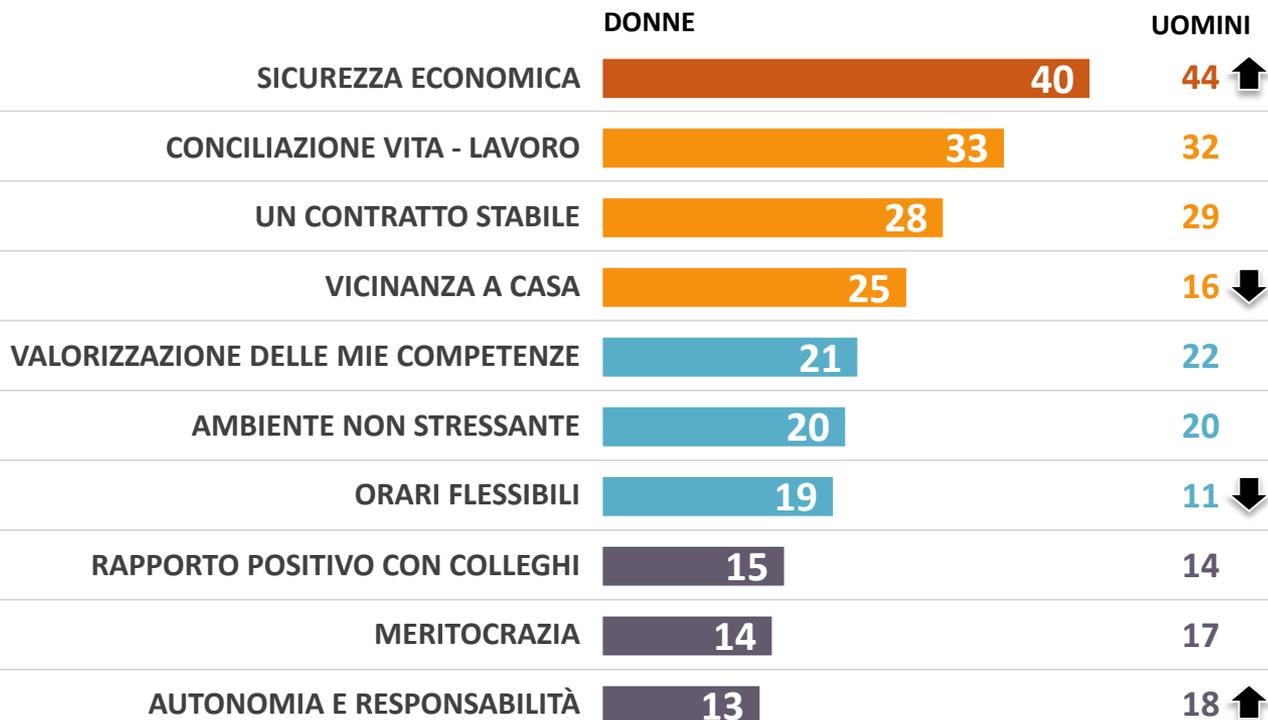
Quando le donne entrano nella realtà professionale, tuttavia, sono spesso associate a tratti caratteriali e di immagine da cui faticano a distaccarsi. Esistono caratteristiche e inclinazioni che definiscono donne e uomini e che probabilmente giocano un ruolo nell'inquadrare i generi in determinati ruoli. Sono risultati essere tratti più maschili l'autorevolezza, la leadership e la visione strategica aziendale, tratti generalmente associati a figure dirigenziali. Le donne sono invece considerate più empatiche, solari e abili nella comunicazione.

Non da ultimo, il *gender gap*: per abbatterlo, secondo le donne la priorità dovrebbe essere quella di garantire la trasparenza salariale affinché si possa azzerare il *pay gap*. Inoltre sarebbe importante per 1 donna su 3 una maggiore flessibilità di orario e che si investa nel mondo della scuola per potenziare asili e scuole elementari.



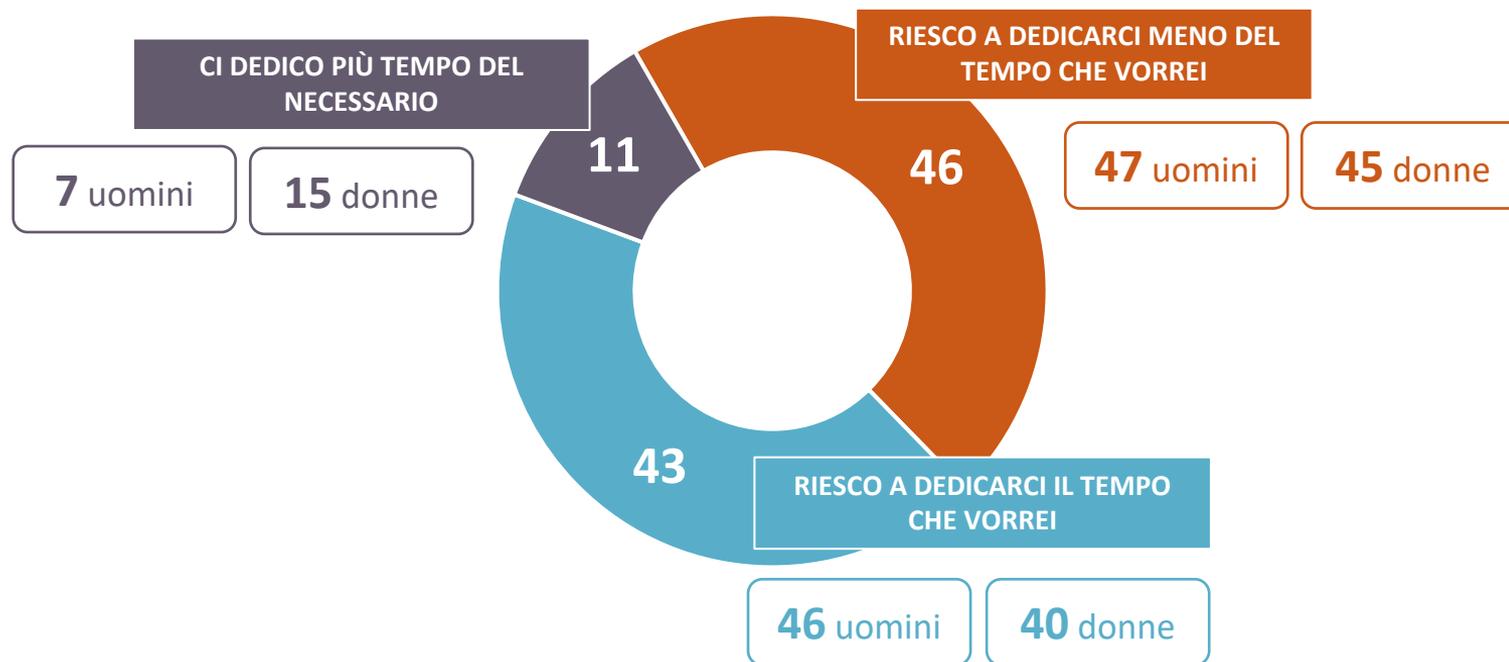
Sicurezza, conciliazione, stabilità gli aspetti più ricercati dalle donne. Uomini maggiormente attratti da ruoli di responsabilità

Quali sono gli aspetti per lei più importanti che cerca in un lavoro? (POSSIBILI PIÙ RISPOSTE)



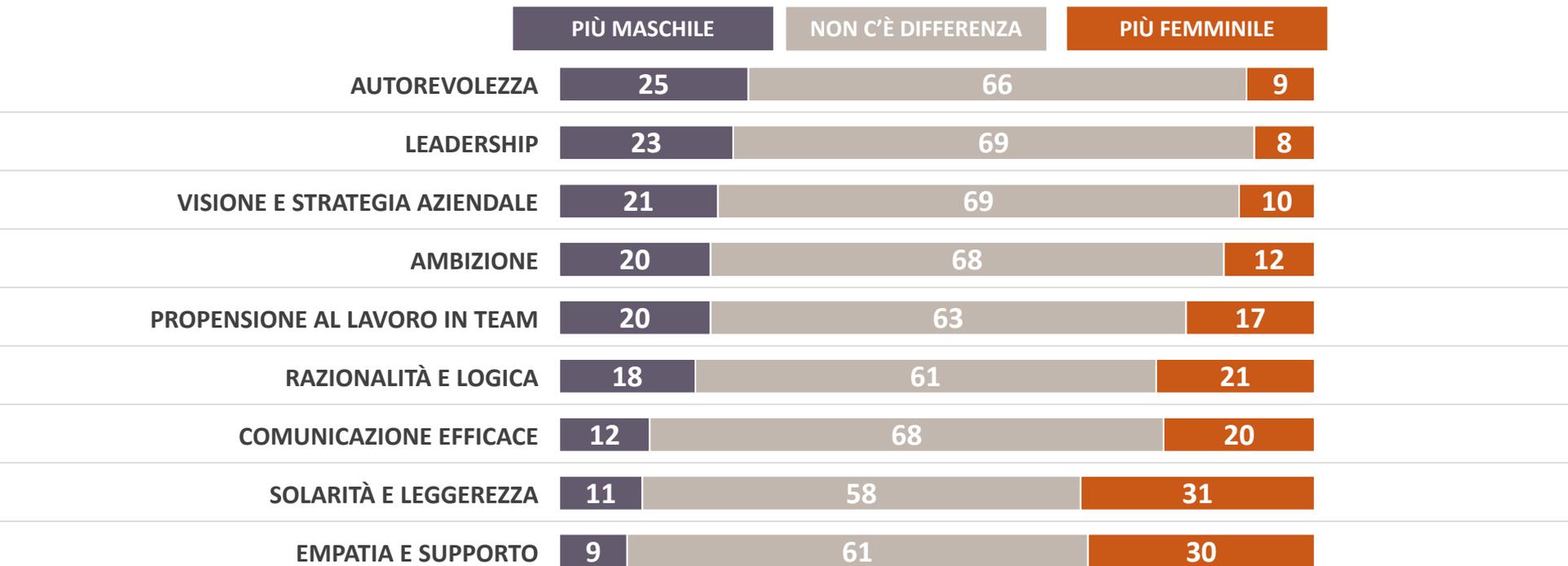
Work-life balance: una preoccupazione comune. Quasi un lavoratore su due non riesce a dedicare il tempo che desidera alla vita privata

Pensi al tempo che dedica alla sua vita privata all'infuori dal lavoro. Direbbe che...
(RISPONDE CHI LAVORA)



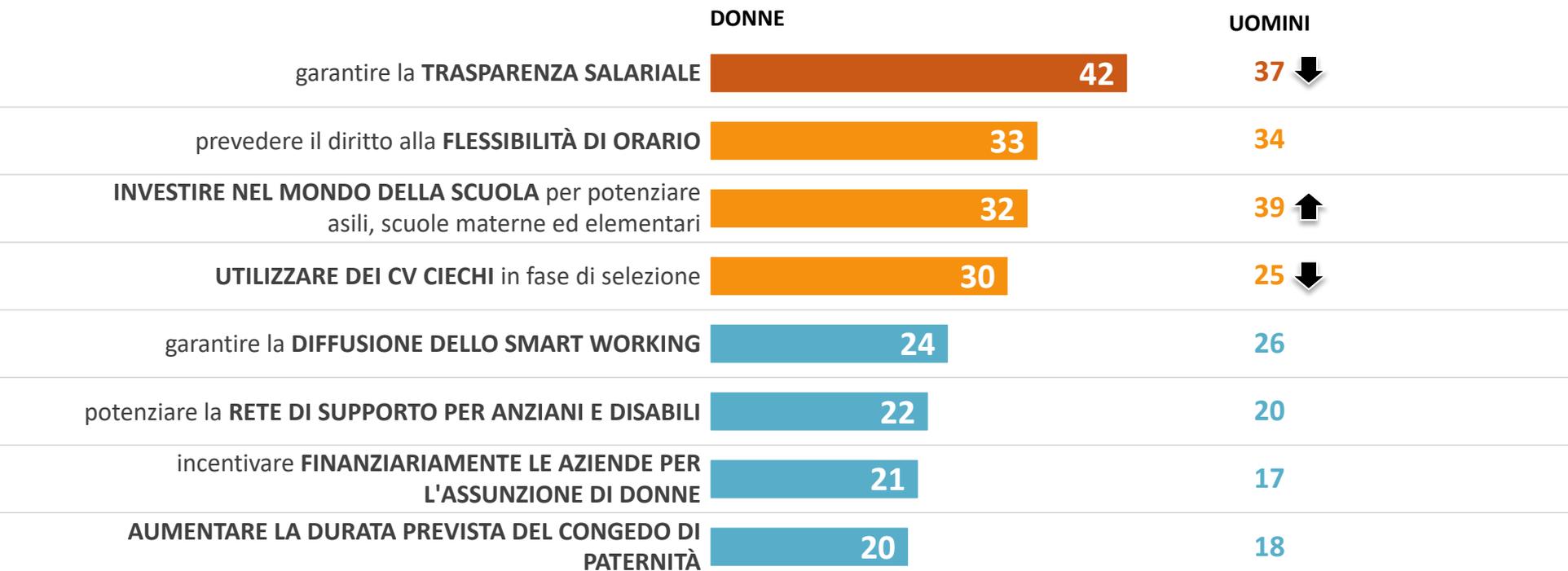
Stereotipi di genere difficili da abbattere. Solarità ed empatia tratti più femminili. Autorevolezza, leadership, vision più maschili

Secondo lei ci sono delle abilità e capacità lavorative che identifica più con l'uomo e altre che identifica più con la donna?



Gender gap: secondo le donne si può ridurre con più trasparenza salariale e orari flessibili. Per gli uomini prioritario investire negli asili

Negli anni si è parlato spesso della necessità di ridurre il gap tra uomo e donna nel mondo del lavoro. Secondo lei quali dei seguenti strumenti sarebbero più utili per raggiungere la parità di genere? (POSSIBILI PIÙ RISPOSTE)



3.

VITA CONDOMINIALE

Come si vive in un condominio in Italia? Se si considerano i lati positivi, la vita in appartamento permette innanzitutto un beneficio economico dovuto alla divisione dei costi, ma non solo, grazie alla presenza di vicini di casa, aumentano pure sicurezza e socialità. Non sono, però, tutte «rose e fiori»: dove si vive in tanti c'è anche il rischio di essere disturbati da rumori molesti e di assistere con maggior probabilità a conflitti, soprattutto quando si tratta di prendere decisioni comuni.

In ogni caso, gli italiani sono dei buoni vicini di casa: il 64% di chi vive in un condominio, infatti, sostiene di avere un buon rapporto con chi abita nell'appartamento accanto. Ciononostante, la vita condominiale si può sempre migliorare intervenendo sui costi di gestione dell'edificio e puntando al rafforzamento delle regole di convivenza.

Compagnie assicurative e banche potrebbero migliorare la vita condominiale? Sembrerebbe di sì, secondo gli Italiani, le assicurazioni potrebbero offrire ad esempio servizi per la sicurezza come sistemi di sorveglianza «intelligenti» (45% degli intervistati) e sistemi di allarme (37%). Le banche, invece, potrebbero promuovere servizi gestionali delle spese condominiali (43% degli intervistati) o servizi rivolti alla sostenibilità, come consulenze per la riqualificazione energetica degli edifici (35%). Campi d'intervento, quindi, distinti che, se valorizzati, potrebbero portare in futuro ad un maggiore benessere di chi condivide spazi comuni.



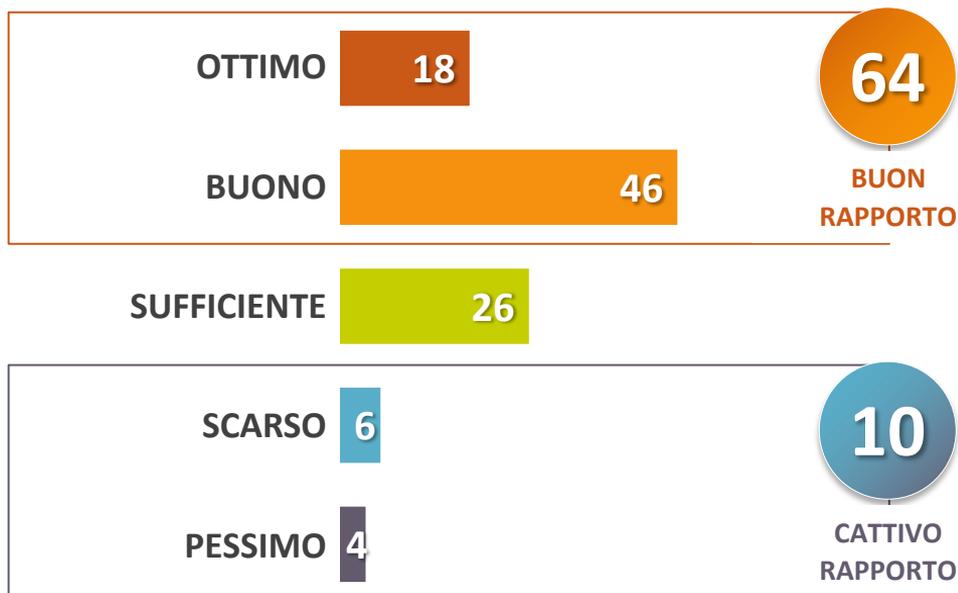
Il «bello» della condominialità? Minori costi, sicurezza e socialità. Il «brutto»? Rumori, conflittualità e «democrazia»

Quali ritiene che siano i principali <u>VANTAGGI</u> della vita condominiale? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)	
condivisione delle spese per manutenzione e servizi comuni	49
maggiore sicurezza grazie alla presenza di vicini di casa	44
possibilità di socializzare e creare una comunità di vicinato	27
semplificazione della gestione delle pratiche amministrative	20
facilità di accesso a servizi e infrastrutture condivise (es. ascensore, giardino)	18
maggiore possibilità di negoziare tariffe vantaggiose per servizi comuni	13
altro	9

E invece quali ritiene siano i principali <u>SVANTAGGI</u> ? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)	
rumori molesti provenienti da altri condòmini	48
conflitti e tensioni con i vicini di casa	47
difficoltà nel prendere decisioni condivise durante le assemblee condominiali	42
maggiori complicazioni nella risoluzione di problemi strutturali o di manutenzione	30
limitazioni sulla libertà personale dovute alle regole condominiali	28
problemi di gestione e manutenzione delle parti comuni	28
altro	3

Italiani "buoni vicini di casa": da migliorare però spese, regole, manutenzione del palazzo e comunicazione

Come valuta il rapporto con i suoi vicini di casa?
(RISPONDE CHI VIVE IN UN CONDOMINIO)



Se dovesse migliorare qualcosa nella gestione del tipico condominio italiano, cosa sarebbe?



Come le Assicurazioni potrebbero aiutare la «condominialità»? Grazie soprattutto a servizi di sorveglianza intelligente, sistemi di allarme e manutenzione

Quali, tra i servizi qui sotto elencati, potrebbero essere offerti da una compagnia assicurativa e quali da una banca per migliorare la vita condominiale, oltre a prodotti assicurativi e/o bancari? (POSSIBILI 5 RISPOSTE PER OPZIONE – RISPONDE CHI VIVE IN UN CONDOMINIO)

COMPAGNIA ASSICURATIVA

sistemi di sorveglianza avanzati con telecamere intelligenti che controllano l'accesso delle aree comuni	45	consulenza per l'ottimizzazione delle spese condominiali	24
sistemi di allarme collegati alla polizia o ai servizi di emergenza	37	programmi di collaborazione con associazioni locali per promuovere il volontariato	18
servizi di manutenzione e riparazione degli impianti e spazi comuni	34	campagne educative per promuovere comportamenti sostenibili tra i condòmini	17
app mobili per segnalare e gestire situazioni di emergenza in tempo reale	29	creazione di spazi dedicati al co-working o alla condivisione di risorse tra i condòmini	17
programmi di consulenza e di incentivazione per la riduzione dell'impronta ambientale del condominio	28	offerte per l'acquisto collettivo di prodotti ecologici e rispettosi dell'ambiente	16
monitoraggio remoto dei consumi energetici e dei dispositivi domestici per individuare anomalie	26	servizi di consulenza per la realizzazione di progetti di riqualificazione energetica dell'edificio	16
servizi di supporto psicologico o counseling per affrontare conflitti e stress legati alla vita condominiale	24	corsi o workshop su temi di interesse comune	14

SERVIZI GESTIONALI

TECNOLOGIA E SICUREZZA

SOSTENIBILITÀ

SOCIALITÀ



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 17 – 19 aprile 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

E le Banche? Dovrebbero puntare soprattutto su servizi per la gestione delle spese condominiali o su consulenze e gruppi di acquisto «green»

Quali, tra i servizi qui sotto elencati, potrebbero essere offerti da una compagnia assicurativa e quali da una banca per migliorare la vita condominiale, oltre a prodotti assicurativi e/o bancari? (POSSIBILI 5 RISPOSTE PER OPZIONE – RISPONDE CHI VIVE IN UN CONDOMINIO)

BANCHE

consulenza per l'ottimizzazione delle spese condominiali	43	campagne educative per promuovere comportamenti sostenibili tra i condòmini	17
servizi di consulenza per la realizzazione di progetti di riqualificazione energetica dell'edificio	35	servizi di supporto psicologico o counseling per affrontare conflitti e stress legati alla vita condominiale	17
offerte per l'acquisto collettivo di prodotti ecologici e rispettosi dell'ambiente	29	creazione di spazi dedicati al co-working o alla condivisione di risorse tra i condòmini	16
servizi di manutenzione e riparazione degli impianti e spazi comuni	25	programmi di collaborazione con associazioni locali per promuovere il volontariato	15
programmi di consulenza e di incentivazione per la riduzione dell'impronta ambientale del condominio	19	monitoraggio remoto dei consumi energetici e dei dispositivi domestici per individuare anomalie	14
sistemi di sorveglianza avanzati con telecamere intelligenti che controllano l'accesso delle aree comuni	17	corsi o workshop su temi di interesse comune	14
sistemi di allarme collegati alla polizia o ai servizi di emergenza	17	app mobili per segnalare e gestire situazioni di emergenza in tempo reale	12

SERVIZI GESTIONALI

TECNOLOGIA E SICUREZZA

SOSTENIBILITÀ

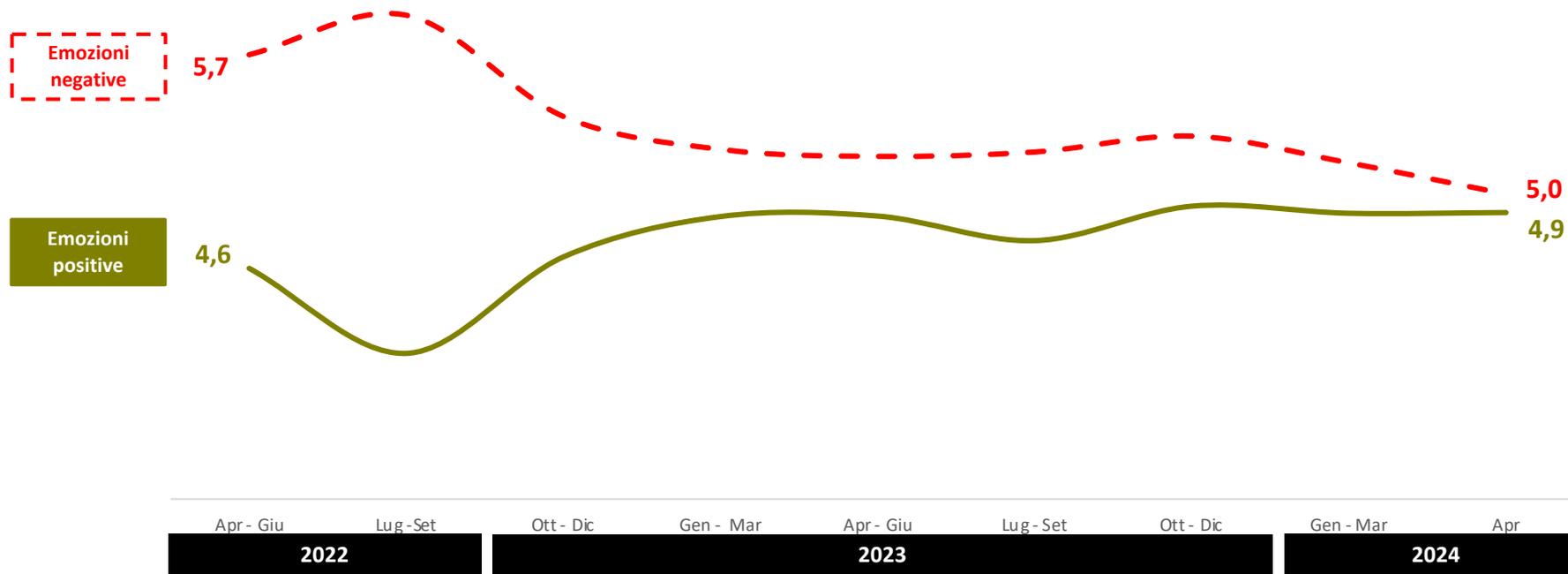
SOCIALITÀ



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 17 – 19 aprile 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

PANNELLO SWG: IL TREND EMOTIVO DAL 2022

In termini di intensità, in questi giorni, quanto vive le seguenti emozioni? Usi una scala da 0 (per niente) a 10 (moltissimo)

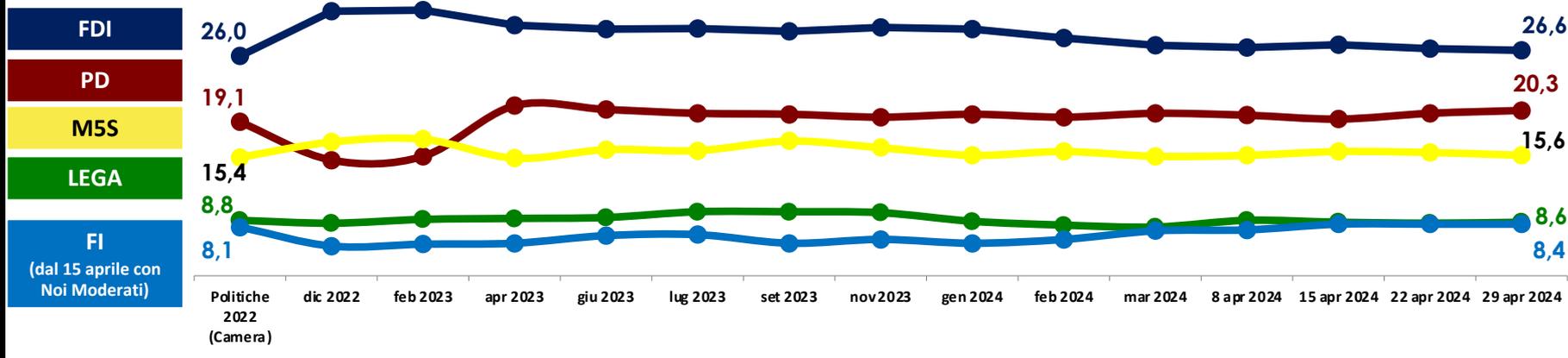


INTENZIONI DI VOTO 29 APRILE 2024

		Differenza rispetto al 22/04/2024
Fratelli d'Italia	26,6	-0,2
Partito Democratico	20,3	+0,3
Movimento 5 Stelle	15,6	-0,3
Lega	8,6	+0,1
Forza Italia – Noi Moderati	8,4	=
Alleanza Verdi-Sinistra	4,5	+0,2
Stati Uniti d'Europa di Renzi e Bonino	4,5	-0,2

		Differenza rispetto al 22/04/2024
Azione con Calenda	4,2	+0,1
Libertà di Cateno De Luca	2,1	-0,1
Pace Terra Dignità di Santoro	2,0	-0,1
Democrazia Sovrana e Popolare di Rizzo	1,2	-0,2
Partito Animalista - Italexit	1,0	-
Altre liste	1,0	-0,6

Non si esprime: 37% (=)



"There is nothing so stable as change"
Bob Dylan



Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022

La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche per la parità di genere e per l'empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

TRIESTE

Via San Giorgio 1 - 34123
Tel. +39 040 362525
Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320
Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186
Tel. +39 06 42112
Fax +39 06 86206754

